

JURNAL TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KEMASAN MAINAN EDUKASI ANAK DI MANDIRI *CRAFT*



Oleh
Muhammad Idris
1012067024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016

PENGESAHAN

Jurnal untuk Tugas Akhir dengan judul, "**PERANCANGAN KEMASAN
MAINAN EDUKASI ANAK DI MANDIRI CRAFT**" oleh Muhammad Idris, NIM.
1012067024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Jurusan
Desain, Institut Seni Indoneisa Yogyakarta, ini telah disahkan oleh Ketua Program
Studi Desain Komunikasi Visual pada 19 Februari 2016.

Ketua Program Studi DKV



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

ABSTRAK

**PERANCANGAN KEMASAN MAINAN EDUKASI ANAK
DI MANDIRI CRAFT**

Muhammad Idris
1012067024

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2016

Kemasan mainan edukasi anak di Mandiri *Craft* selama kurun waktu sepuluh tahun yang lalu hingga sekarang masih menggunakan plastik dan tidak memenuhi standar prinsip desain kemasan, misalnya tidak adanya logo, alamat dan informasi lainnya. Sebab bisa dikatakan telah memenuhi standar prinsip desain jika telah mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen informasi desain produk lainnya agar produk mudah dipasarkan. Problem yang dihadapi oleh Mandiri *Craft* adalah memiliki pasar yang belum luas dan masih mengembangkan jaringan pasar lokal melalui organisasi PAUD dan Sekolah Dasar lantaran merasa belum tercipta kemasan yang mengacu pada prinsip-prinsip desain kemasan.

Secara garis besar perancangan ini menggunakan metode VIEW (*Visibility, Information, Egibility, Workability*) yang mencakup tiga tahap yakni; 1) Perencanaan, 2) Perancangan, 3) Uji kelayakan. Tahap perencanaan antara lain meliputi: identifikasi dan analisis data. Tahap perancangan antara lain meliputi: pemilihan media, konsep kreatif dan *layout*. Tahap uji kelayakan meliputi: uji kekuatan, uji keamanan dan uji kerusakan.

Kemasan mainan edukasi anak yang dihasilkan dari perancangan ini dapat dipergunakan untuk tujuan melindungi produk, menambah citra perusahaan dan menambah profit. Oleh karena itu desain kemasan yang dirancang mengarah ke bentuk yang disukai anak-anak. Selain berfungsi untuk melindungi produk, berfungsi pula untuk *papertoys*, pajangan atau pun *souvenir*.

Kata kunci: Kemasan, Mainan Edukasi Anak, Cinderamata

ABSTRACT

Packaging educational toys children Mandiri Craft for a period of ten years ago until now still use plastic and does not meet the standards of packaging design principles, such as the absence of the logo, address and other information. Because it could be said to have meet the standards of design principles if it has linked the shape, structure, material, color, imagery, typography and elements of product design information to make the product more marketable. Problems faced by Mandiri Craft is the market has not been extensive and still growing network of local markets through the organization of early childhood and elementary school was not created because of packaging refers to packaging design principles.

Broadly speaking, this design uses a method VIEW (Visibility, Information, Egibility, Workability) which includes three phases, namely: 1) planning, 2) Design, 3) test the feasibility. The planning stage include the following: identification and analysis of data. The design phase include: the selection of media, creative concept and layout. A due diligence phase include: strength testing, security testing and test damage.

Packaging educational toys children resulting from this design can be used for the purpose of protecting the product, adds to the image of the company and increase profit, therefore designed packaging designs lead to a form that kids love. Besides functioning to protect the product, also serves to papertoys, ornaments or souvenirs.

Keywords: Packaging, Toys Child Education, Sauvenir

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Mandiri *Craft* merupakan salah satu produsen mainan edukasi anak yang semua produknya dikerjakan oleh penyandang cacat. Tempat produksinya berada di Jalan Parangtritis km 6,5 Cabean, Sewon, Bantul, Yogyakarta. Semua produknya menggunakan bahan baku kayu mahoni, jati, dan sengon. Kini desain model mainan edukasi anak yang dihasilkan sudah mencapai 100 lebih, dan tiap bulannya diproduksi mencapai 1000 buah. Problem yang dihadapi Mandiri *Craft* saat ini antara lain: belum memiliki pasar yang luas, sebab masih mengembangkan jaringan lokal seperti PAUD dan Sekolah Dasar. Penyebab lainnya adalah belum mampu menciptakan kemasan yang mengacu pada prinsip-prinsip desain kemasan.

Dalam buku “Desain Kemasan“, tulisan Marianne Rosner Klimchuk and Sandra A. Krasovec dijelaskan bahwa:

Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk di pasar.

Pada akhirnya desain kemasan berlaku sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik (Mariane: 2007, 33).

Buku tersebut membantu mendefinisikan bagaimana warna, tipografi, struktur, dan citra diaplikasikan dalam suatu tata letak desain untuk menciptakan kesan keseimbangan, intensitas, proporsi, dan penampilan yang tepat. Inilah yang membuat elemen-elemen desain ikut berperan membentuk atribut komunikatif suatu desain kemasan. Ada banyak variabel yang mempengaruhi bagaimana cara dan mengapa desain kemasan menarik konsumen. Dalam perspektif desain murni, memindahkan variable pemasaran lain seperti harga, lokasi, dan merek terdapat elemen-elemen penting yang bisa mempengaruhi perhatian konsumen dengan baik dan bisa menerobos kerumunan visual dalam kompetisi retail.

Kemasan mainan edukasi anak di Mandiri *Craft* selama kurun waktu sepuluh tahun yang lalu hingga sekarang masih menggunakan plastik dan tidak memenuhi standar prinsip desain kemasan, misalnya tidak adanya logo, alamat dan informasi lainnya. Sehingga tujuan penting dari kemasan yaitu meningkatkan nilai dan fungsi melindungi produk, menambah citra perusahaan dan menambah profit tidak akan tercapai (Sri Julianti: 2014:15).

Papertoys merupakan sebuah gambaran berbagai mainan lucu yang terbuat dari kertas dalam bentuk tiga dimensi. *Papertoys* memiliki bentuk model yang sederhana namun sangat menonjolkan karakter kartun yang lebih sederhana dan lucu. Melalui metode yang komprehensif, brainstorming, eksplorasi, eksperimen, dan pemikiran strategis merupakan konsep dan gagasan perancangan kemasan mengikuti model kartun. Oleh karena itu capaian dari perancangan ini adalah merancang kemasan yang memenuhi kriteria prinsip-prinsip desain kemasan sebagai bagian dari promosi Mandiri *Craft* dalam upaya memperbarui citra.

2. Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

a. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka munculah suatu masalah yang dirumuskan sebagai berikut, bagaimana merancang kemasan mainan edukasi anak Mandiri *Craft* untuk jenis produk kayu yang sesuai prinsip desain kemasan?

b. Tujuan Penelitian

Merancang sebuah kemasan mainan edukasi anak dengan desain kartun yang menarik dan memiliki nilai estetika, dengan mengutamakan unsur fungsi keamanan, informasi, kemudahan fisik, serta bersifat *collectible* dan *reusable*, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tapi dapat menjadi barang koleksi dan ramah lingkungan karena bersifat *reusable*.

3. Teori dan Metode

a. Teori Penelitian

Teori yang perancang gunakan adalah dari buku karya Kotler & Keller, antara lain:

Kotler & Keller mendefinisikan pengemasan sebagai semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk sebuah produk. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik/menyingskirkan pembeli. Kemasan juga mempengaruhi pengalaman produk konsumen dikemudian hari. Dari perspektif perusahaan dan konsumen, kemasan harus memiliki sejumlah tujuan sebagai berikut (Kotler: 2009,27):

- 1) Mengidentifikasi merek.
- 2) Mengekspresikan informasi deskriptif dan persuasif.
- 3) Memfasilitasi transportasi dan perlindungan produk.
- 4) Membantu penyimpanan di rumah.
- 5) Membantu konsumsi produk.

Untuk membantu tujuan pemasaran merek dan memuaskan keinginan konsumen, pemasar harus memilih komponen berikut ini:

- 1) Estetika kemasan
Berhubungan dengan ukuran kemasan serta bentuk, bahan, warna, teks, dan grafis.
- 2) Fungsional
Berhubungan dengan desain struktural.

Beberapa faktor memiliki kontribusi terhadap semakin banyaknya penggunaan kemasan sebagai alat pemasaran sebagai berikut:

- 1) Kekayaan konsumen. Peningkatan kekayaan konsumen berarti konsumen bersedia membayar sedikit lebih besar untuk kenyamanan, penampilan, keandalan, dan gengsi kemasan yang lebih baik.
- 2) Perusahaan dan citra merek. Kemasan memiliki pengaruh terhadap pengakuan segera atau perusahaan atau merek.
- 3) Peluang inovasi. Kemasan yang inovatif dapat membawa manfaat besar bagi konsumen dan laba bagi produsen

Setelah perusahaan merancang kemasannya, perusahaan harus mengujinya melalui tahap uji sebagai berikut:

- 1) Uji *engineering*
Untuk memastikan bahwa kemasan berfungsi di bawah kondisi normal.
- 2) Uji visual
Skenario kemasan dapat dipahami dan warnanya selaras.
- 3) Uji penyalur
Berkaitan dengan penyalur menemukan daya tarik paket dan mudah ditangani.
- 4) Uji konsumen

Bahwa pembeli akan memberikan respon yang baik. Beberapa fungsi label menurut Kotler & Keller adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi produk atau merek.
- 2) Memeringkat produk.
- 3) Menggambarkan produk, siapa yang membuatnya, dimana produk itu dibuat, kapan produk itu dibuat, apa isinya, bagaimana cara penggunaannya, dan bagaimana menggunakannya dengan aman.
- 4) Mempromosikan produk melalui grafis yang menarik.

b. Metode Analisis Data

Perancangan ini menggunakan metode 5W+1H. Adapun sebagai berikut:

1) *What* / Apa yang dibuat?

Perancangan konsep desain kemasan produk Mandiri *Craft* sebagai produk mainan edukasi anak khas Kota Yogyakarta yang dibuat oleh penyandang cacat/ difabel.

2) *Why*/ Mengapa perlu dibuat?

Kemasan produk Mandiri *Craft* belum mempunyai nilai jual dan kurang menarik sebagaimana masih belum mengarah ke fungsi dan prinsip kemasan yang baik dan benar karena itu citra produk Mandiri *Craft* masih kurang di masyarakat yogyakarta. Oleh sebab itu penunjang promosi produk Mandiri *Craft* dengan dibuatkannya kemasan karena suatu produk seharusnya mempunyai kemasan yang mengarah ke fungsi kemasan yaitu melindungi kualitas produk, membuat produk tahan lebih lama, sebagai sarana berkomunikasi produk dan *branding* kepada konsumen, membantu distribusi produk dari produsen sampai ke tangan konsumen.

3) *Who* / Siapa target audience nya?

a) Demografis

Target audience murni (utama) adalah anak laki-laki/ perempuan usia 1 sampai 6 tahun berpendidikan Paud/ TK sedangkan *target audience* pasar (*market*) adalah orang tua anak dengan kelas sosial menengah atas berkeluarga dan memiliki pekerjaan.

b) Geografis

Wilayah kota untuk pemasaran yaitu Indonesia dan kota-kota besar dengan kepadatan perkantoran maupun pinggiran kota seperti Yogyakarta.

c) Psikografis

Konsumen merupakan orang yang lebih mengutamakan pendidikan buat anaknya, suka dengan anak kecil, mencoba sesuatu yang baru dengan daya beli yang cukup tinggi terhadap produk dan mengutamakan mutu manfaat suatu barang.

d) *Behaviour*

Konsumen merupakan orang yang memilih produk dengan teliti dan merupakan orang yang suka membandingkan

4) *Where/ Dimana?*

Perancangan kemasan ini dibatasi untuk wilayah Kota Yogyakarta karena untuk mencari tahu bagaimana pendapat warga lokal terhadap kemasan produk Mandiri *Craft* apakah sudah layak dan mempunyai nilai fungsi kemasan yang baik dan benar dan apakah warga menerimanya?

5) *When/ Kapan ?*

Kemasan tersebut digunakan secara khusus dalam setiap event tahunan yang terjadwal setiap bulan oleh PEMDA dan pihak *event organizer* dan setiap pembelian produk Mandiri *Craft* secara satuan dan untuk borongan akan di buat kemasan yang berbeda yang memiliki daya tahan yang lebih kuat dari pada yang satuan.

6) *How/ Bagaimana ?*

Menggunakan deskripsi visual, dan gaya ilustrasi manual dan modern berupa foto dengan konsep yang disesuaikan dengan konsep ide dari konsep desain kemasan yang menampilkan produk secara unik dan estetik. Desain dibuat dengan visual yang elegan, menarik dan unik serta memiliki fungsi yang tepat.

a) Analisis Fitur Kemasan

Dalam menganalisis media kemasan produk Mandiri *Craft* digunakan metode analisis *VIEW (Visibility, Information, Epielibility, Workability)* yang bertujuan tentang daya tarik desain kemasan produk bagi konsumen yaitu praktis, fungsional, fisiologis, psikologis, visual, inovatif, dan hukum, pada teori prinsip-prinsip desain kemasan menurut Klimchuck Krasovek yang meliputi keseimbangan, kontras, intensitas, nilai, bobot, posisi, hirarki, urutan, tekstur, dan daya tarik dsain kemasan.

1) *Visibility* (visibilitas)

Pengaruh nilai kemasan untuk poin pembelian yang bertujuan untuk menaikkan citra merek. Pembelian produk terjadi ketika salah satu poin yang menunjang produk tersebut yaitu daya tarik desain kemasan bagi konsumen. Pada kemasan Mandiri *Craft* yang hanya dikemas dengan menggunakan plastik transparan dan dipres masih sangat kurang menarik mata dan dalam aspek fungsional nya karena bisa merusak penampilan dari produk dan beresiko merusak produknya seperti apabila terjatuh, warna cat dalam produk Mandiri *Craft* lama kelamaan akan ikut rusak atau pudar terkena sinar

matahari karna kemasan yang tidak fungsional karena kemasan yang tidak beraturan akan susah untuk dibawa mengakibatkan penjualan menurun.

2) *Information* (informasi)

Kemasan produk Mandiri *Craft* memiliki banyak kekurangan karena tidak memberikan adanya informasi sama sekali mengenai produknya. Kemasan produk Mandiri *Craft* hanya berupa plastik putih transparan tidak ada logo dan informasi tentang Mandiri *Craft* seakan akan produk dengan tidak adanya nama *brand*/merek menjadi berkurangnya poin informasi.

3) *Epielibility* (daya tarik visual)

Daya tarik visual merupakan kemampuan kemasan untuk menimbulkan perasaan ingin tahu, perasaan tertentu melalui penggunaan unsur-unsur visual, material, bentuk, serta kelengkapan lainnya maka kemasan akan dibuat dengan bentuk dan tema yang sesuai dengan anak.

4) *Workability* (kemampuan untuk di kerjakan)

Fungsi dari kemasan adalah lebih dari sekedar berkomunikasi yang meliputi daya lindung, kemudahan untuk menyimpan, kemudahan buka tutup, dan ramah lingkungan. Daya lindung kurang terjamin ketika produk itu terkena sinar matahari dan apabila terjatuh akan merusak produk itu sendiri. Kepraktisan tidak ditemukan pada kemasan produk Mandiri *Craft* karena sistem buka tutup produk susah. Tidak ada inovasi yang dilakukan pada desain kemasan tersebut, yaitu teknik pengemasan manual yang diterapkan menggunakan lipatan dan perekat plester plastik, sehingga akan mengurangi estetika dan daya tarik produk tersebut.

b) Kesimpulan Analisis Data

Untuk kualitas produknya sendiri Mandiri *Craft* selalu menggunakan bahan-bahan terbaik dan aman untuk anak-anak. Selain itu Mandiri *Craft* selalu berusaha menciptakan inovasi baru dalam membuat jenis mainannya agar lebih kreatif dan menarik lagi. Sampai saat ini saja jenisnya sudah sangat beragam. Selain itu juga karena tempatnya yang jauh dari pusat kota, membuat masyarakat tidak tertarik untuk mengunjungi *showroom* Mandiri *Craft*.

Ketangguhan kualitas suatu produk sangatlah menjadi prioritas utama konsumen untuk membeli produk tersebut. Namun dilihat dari sisi kemasannya yang menggunakan plastik bening dan hanya di plester manual, merek tidak dicantumkan dan tidak adanya tipografi, warna, tata letak yang bisa mengkomunikasikan sebuah produk tersebut sangatlah masih kurang menarik konsumen dan

mengakibatkan daya tarik kurang maksimal. Walaupun produk dibuat dengan bahan terbaik kalau kemasannya masih kurang fungsional jauh dari prinsip-prinsip desain kemasan menjadikan produk itu tidak ada daya tariknya dan keindahan suatu produk tidak nampak, sehingga Mandiri *Craft* harus berinovasi untuk membuat kemasan dengan poin-poin pokok desain kemasan tentang daya tarik desain kemasan produk yaitu praktis, fungsional, fisiologis, psikologis, visual, inovatif, dan hukum.

B. Pembahasan dan Hasil Penelitian

1. Pembahasan

a. Konsep Perancangan

Produk Mandiri *Craft* yang keseluruhan berkaitan dengan mainan edukasi anak yang terbuat dari kayu jadi kemasan akan dibuat dengan media kardus atau karton karena dari segi kekuatan lebih bisa melindungi isi produk dan bertemakan konsep anak-anak yang bernuansa meriah dengan berbagai warna-warni dengan menambahkan gambar dan bentuk kartun agar anak-anak senang melihatnya. Kemasan juga di buat multifungsi yaitu kemasan bisa dibuat *souvenir* (pajangan) atau juga mainan karna kemasan berbentuk *paper toys* dengan macam-macam bentuk karakter kartun dengan media kardus/karton, diharapkan konsumen mendapatkan dua mainan dari produk Mandiri *Craft* dan juga mainan berupa *paper toys* dari kemasannya agar tetap bisa di koleksi dan tidak langsung di buang, Konsumen bisa bermain dengan produknya dan juga kemasannya.

Perancangan ini yakni diantaranya konsumen mengerti dan bersedia untuk menggunakan kembali kemasan seperti dibuatkannya bentuk desain *paper toys* dengan macam-macam bentuk kartun pada kemasannya tujuannya untuk dijadikan souvenir atau pajangan agar mengurangi sampah.

b. *Primary Packaging*

Pada *primary packaging* yang akan dibuat, yaitu 5 produk yang paling laris yaitu *Truck Alphabeth*, *Animal Puzzle*, *Balance*, *Puzzle Alphabeth*, *Train Number* dengan media material kardus, Produk Mandiri *Craft* terbuat dari material kayu dengan dimensi yang besar dan berat maka dari itu kardus dipilih untuk menjadi material utama untuk pembuatan kemasan produk Mandiri *Craft*.

Pada kemasan primer perancangan kemasan Mandiri *Craft* dibuat ada bagian-bagian tertentu yang sebagian terbuka di kemasannya guna tetap memperlihatkan fisik produk yang dasarnya sudah menarik dengan warna-warni, sehingga konsumen bisa melihat sekilas isi produknya tanpa membuka kemasan. Bahan dasar yang akan digunakan yaitu ada 2, yaitu kardus sebagai media utama karena media ini yang paling penting untuk bisa membawa beban isi produk yang

berat sekaligus sebagai pelindung isi produk, dengan membentuk pola dan dipilih pemotong menggunakan pisau pond karena lebih efisien dan cepat dalam pengerjaan.

Kelima produk memiliki ukuran yang berbeda disetiap produk kemasannya, untuk kardus memiliki ukuran 1 lembar dengan ukuran, yakni 2m x 3m dengan ketebalan 0,3 cm dan menghabiskan 2 lembar kardus/karton, untuk 5 pola produk mainan. Bahan dasar ke dua dari kertas *art paper* putih 150 grm, atau juga dapat diganti dengan kertas jenis lain yang relevan dengan kondisi budget perusahaan, dengan cetak offset 1 sisi dengan laminasi *doff*. Laminasi *doff* sangat membantu karena agar cetakan tidak rusak gambar/pecah warna pada waktu ditekuk dan kelebihan lainnya yaitu kemasan akan tahan di segala cuaca misal terkena air hujan kemasan tetap tidak basah, tidak pudar walaupun disimpan lama/ terkena sinar *UV* maka dari itu untuk kemasan bisa untuk souvenir/ pajangan dan sudah memenuhi kriteria fungsi kemasan.

Setelah pola terbentuk di media kardus dan disusun maka desain yang dicetak *offset* yang bergambar dengan media kertas *art paper* ditempel dan ditekuk menurut pola gambar di kardus, menggunakan proses pengeleman secara manual. Kertas masih digunakan sebagai kemasan sebab bahan inilah yang paling dikenal oleh Mandiri Craft sebagai produsen sekaligus ragam *target audience* yang masih awam dengan teknik pengemasan yang terlalu *out of the box* pada perancangan ini.

Pada *primary packaging* idealnya terdapat elemen-elemen desain kemasan berupa informasi yang menjelaskan produk yang bersangkutan baik dari integritas, identifikasi, jaminan mutu/ kualitas, serta informasi tambahan lain yang menyampaikan citra dari produk tersebut. Tantangan yang mendasar dari perancangan *Primary Packaging* ini terletak pada teknis bagaimana mengemas produk ini tampak, memiliki identitas, namun juga menggunakan di mana bahan-bahan yang digunakan sebagai kemasan sebaiknya seefisien dan seramah mungkin terhadap lingkungan namun kemasan juga dapat menjadi mainan kertas yang disebut *paper toys* dengan keuntungan memiliki 2 buah mainan jadi kemasan bisa untuk koleksi dan bisa disimpan.

Berikut informasi yang akan dibubuhkan dalam desain *Primary Packaging*/label kemasan kali ini:

- 1) Nama Varian: Berbeda-beda tiap produk varian. Varian produk yang akan dibuat *primary packaging*, yaitu *Truck Alphabeth*, *Animal Puzzle*, *Balance*, *Puzzle Alphabeth*, *Train Number* yang paling laris dipasaran.
- 2) Identitas Perusahaan/ *Baseline*: Logo Mandiri Craft. Alamat produksi: Jl. Parangtritis Km. 6.5 / Km. 9 Gatak Rt.01, Timbulharjo, Sewon, Bantul 55486, Yogyakarta.

- 3) Penjelasan Komposisi: Mainan edukasi anak Mandiri *Craft* dibuat dari limbah furnitur kayu mahoni dan kayu lainnya dengan bahan pelapis, warna alami aman untuk anak.
 - 4) Produksi: Diproduksi oleh/ *produce by*: Mandiri *Craft*
 - 5) Informasi Pendukung Kemasan: Berisikan keterangan/ informasi tentang produk mainan.
- c. *Secondary Packaging*
- Pada kemasan *secondary packaging* berupa tas kertas masih menggunakan media dari bahan kertas dengan 1 bahan dasar utama yaitu kertas *Ivory* 260gsm dengan cetak *offset* 1 sisi dan laminasi *doff* teknik potong *pond* tekuk manual, karena cetakan akan ditekuk agar gambar/ warna pada cetakan tidak rusak/ pudar tahan terhadap air/ terkena sinar matahari, fungsi utama *secondary packaging* di perancangan ini yaitu untuk melindungi kemasan utama dan memuat produk ini agar mudah dibawa/ fungsional. Kemasan tas kertas ini mampu memuat 1 produk dengan dimensi yang besar. Produk Mandiri *Craft* semuanya mempunyai dimensi yang besar diharapkan kuat untuk memuatnya. Berikut informasi yang dicantumkan dalam desain *secondary packaging*/kemasan kali ini:
- 1) Identitas Perusahaan: Logo Mandiri Craf, alamat produksi: Jl. Parangtritis Km. 6.5 / Km. 9 Gatak Rt.01, Timbulharjo, Sewon, Bantul 55486, Yogyakarta
 - 2) Logo Mandiri *Craft*
 - 3) Logo *Recycle*
- d. Sistem Buka-Tutup
- Sistem buka tutup pada perancangan kali ini terdapat pada kemasan primer yakni membuka/ mencopot tutup kemasan atas secara penuh dan tidak ada pengait untuk membuka kemasan.
- e. Gaya Desain
- Gaya desain yang digunakan gaya desain modern yang memang mengarah ke anak dengan banyak warna-warni serta adanya gambar kartun. Gaya ini juga dipertimbangkan pemakainya guna memenuhi jangkauan usia segmentasi produk Mandiri *Craft* yang memang cukup lebar yakni anak-anak secara sudah menjadi *icon* anak dan pasti langsung senang melihat gambar kartun. Meskipun menggunakan visualisasi yang cenderung bebas, tata letak sangat diperhatikan dalam mendesain kemasan kali ini guna menjaga keutuhan pesan tetap terjaga meskipun dalam sisi-sisi lipatan yang berbeda.
- f. Warna yang dipilih
- Warna yang digunakan seperti merah, biru, kuning kesan agar kemasan bernuansa meriah untuk kepentingan menarik daya jual kemasan. Pada penggunaan warna tidak menutup kemungkinan warna-warna lain digunakan, namun tetap berdasar pada ke 3 warna tersebut.
- g. Tipografi
- Dimitri* merupakan *tipe font* yang bagian-bagian sikunya dibuat tegas kotak-kotak. Penggunaanya pada perancangan ini dimaksudkan

untuk mencari kesan kotak seperti kebanyakan produk mainan yang berbentuk kotak-kotak, meskipun begitu tingkat keterbacaannya masih baik. Tipografi disini digunakan sebagai keterangan *logotype* untuk *primary packaging* dan badan teks pada *secondary packaging*.

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
1234567890**

Font Orca A Std akan digunakan pada badan teks dalam kemasan mencakup fungsi informasi dalam kemasan, seperti bahan produk, informasi keterangan produk, alamat dan perusahaan, dan beberapa atribut lainnya.

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
1234567890**

h. Ilustrasi

Visualisasi ilustrasi utama serta elemen pendukungnya digambar secara manual dan dilanjutkan dengan diolah digital menjadi gambar vektor. Teknik gambar manual-digital dipilih karena ingin mempertahankan kesan manual sekaligus memunculkan kesan simple agar lebih nampak sederhana serta mudah diingat. Baik ilustrasi maupun bentuk utama detail varian produk didalamnya juga dilakukan dengan visualisasi manual-digital. Visualisasi yang akan digambar yaitu berbentuk gambar kartun tujuan nya anak suka dengan gambar yang bernuansa kartun penuh warna-warni diharapkan si anak akan langsung melirik kemasannya yang memang dibuat seperti bentuk mainan/ *paper toys* setelah itu mencoba untuk memainkannya baru membuka isi kemasan.

Gaya gambar kartun dipilih pada kemasan produk Mandiri Craft karena anak seumuran paud/ TK sangat senang/ suka kalau melihat gambar kartun apalagi mainan yang berbentuk karakter kartun jadi kemasan di rancang berbentuk *paper toys* dengan target utamanya anak paud/ TK, karena untuk mengejar agar kemasan ini menarik dari bentuk ketika dilihat oleh anak, maka dengan bentuk yang menarik seperti *paper toys* diharapkan para konsumen menyimpan atau megkoleksi kemasan ini/ kemasan ini bisa dipakai sebagai mainan sehingga mengurangi sampah, dan yang paling utama adalah keamanan isi produk maka dari itu rancangan kemasan ini bentuk dibuat sedetail mungkin. Gaya gambar kartun inilah yang dianggap cocok untuk memperbarui citra dan bisa menambah nilai daya tarik pada produk Mandiri Craft.

i. Teknik Produksi

- 1) *Primary Packaging*: Cetak *offset* 4 warna dengan laminasi *doff*, Potong lipat pisau *pond* dan dilem manual dengan tangan, Jenis kertas: *Art paper* 150 gsm dan kartas *Ivory* 260grm, 2 lembar kardus ketebalan 0,3 ukuran 2m x 3m.

- 2) *Secondary Packaging*: Cetak *offset* 4 warna, jenis kertas: *Ivory* 260 gsm laminasi *doff* dengan teknik lipat dan potong menggunakan pisau pond serta finishing lem dan tali sumbu.

2. Hasil Penelitian

a. *Primary Packaging*



Gambar 01. Final Desain Kemasan *Truck Alphabeth*
(Foto Muhammad Idris)



Gambar 02. Final Desain Kemasan *Balance*
(Foto Muhammad Idris)



Gambar 03. Final Desain Kemasan *Animal Puzzle*
(Foto Muhammad Idris)



Gambar 04. Final Desain Kemasan *Alphabeth Puzzle*
(Foto Muhammad Idris)



Gambar 05. Final Desain Kemasan *Number Train*
(Foto Muhammad Idris)

b. *Secondary Packaging*



Gambar 06. Final Desain Tas Kertas
(Foto Muhammad Idris)

c. *Media Pendukung*



Gambar 07. Final Desain *Hanging Mobile*
(Foto Muhammad Idris)



Gambar 08. Final Desain Topeng
(Foto Muhammad Idris)



Gambar 09. Final Desain Poster
(Foto Muhammad Idris)



Gambar 10. Final Desain *Photo Booth*
(Foto Muhammad Idris)

C. KESIMPULAN

Desain Kemasan merupakan salah satu *output* ilmu DKV yang langsung berhadapan dengan konsumen yang memposisikannya sebagai media komunikasi, alat identifikasi suatu produk/produsen sekaligus alat pemasaran produk yang dikemasnya.

Perancangan ini diawali dengan melakukan observasi langsung ke toko serta ke sejumlah retailer yang menjajakan beberapa varian produk *Toys* dan *Puzzle* Mandiri *Craft* guna mendapatkan berbagai informasi yang digolongkan dalam data verbal maupun data visual. Mandiri *Craft* secara terbuka bersedia bekerjasama dengan penulis namun pihak mandiri craft tidak meminjamkan atau mengasihkan produknya untuk dibuatkan kemasan yang menarik tapi mereka mau memberi informasi mengenai semuanya yang berhubungan dengan produk Mandiri *Craft* dan dalam proses pengerjaan karya desain untuk mata Kuliah Tugas Akhir ini dilakukan dengan diuntungkan dengan perancangan ini. Pihak penulis diuntungkan akses data serta riset produk, kemasan yang dihasilkan dari perancangan ini dapat dipergunakan untuk tujuan menemabah profit penjualan produk yang saat ini sangat jarang ada yang membeli semoga dengan terbentuknya desain kemasan yang ditujukan ke anak. Maka para anak-anak mau membelinya karena desainnya yang dibuat seperti *paper toys* dan bisa untuk pajangan ataupun *souvenir*, penulis pasti sudah menduga kalau produk yang memiliki sebuah kemasan yang menarik dan mempunyai kelebihan pasti banyak yang akan membeli produk tersebut.

Pada bagian konsep perancangan diawali dengan penjabaran tujuan perancangan, konsep estetika yang dipakai dan yang diharapkan, lalu tujuan kreatif yang dijabarkan dengan pengetahuan *brand* dan *marketing*, serta strategi kreatif berupa penjabaran berbagai pengetahuan desain yang digunakan dalam perancangan ini yang meliputi *content*/ informasi kemasan, bahan, sistem buka tutup, gaya desain, warna, ilustrasi, logo, pemilihan tipografi, *copybase*, tata layout, konstruksi serta konsep media, sehingga setelah melewati tahap konsep perancangan, gambaran umum tentang label dan kemasan mandiri *craft* yang akan dirancang menjadi lebih jelas.

Selanjutnya dalam proses perancangan visualisasi diawali dengan pembuatan pola sesuai dengan produk Mandiri *Craft* seperti batasan penggunaan bahan tinta serta energi. Setelah pola dasar kemasan selesai selanjutnya mengembangkan *logotype* varian yang dilanjutkan dengan mengatur tata letak desain pada pola kemasan yang juga berlaku untuk media pendukung. Setelah seluruh proses perancangan selesai maka dibuat *dummy* sebagai bahan uji analisa dari desain kemasan yang dihasilkan.

Salah satu hasil uji dari perancangan ini antara lain kemasan telah menghemat sejumlah bahan baku kertas dengan teknik label yang digunakan. Menghemat sejumlah anggaran untuk penyediaan. Menghemat sejumlah anggaran untuk atribut pendukung promosi karena kemasan sekunder mampu direspon menjadi hanging *display* maupun *paper leater* yang mampu menambah aksen promosi pada toko maupun retailer Mandiri *Craft*.

Selain itu dapat disimpulkan bahwa perancangan yang cukup fleksibel karena tidak semua mengandung sejumlah tantangan yang erat kaitanya dengan pengetahuan bahan ramah lingkungan. Dalam hal ini kertas. Masih sulit dijumpai spesifikasi kertas yang murah namun ramah lingkungan. Meskipun begitu hal ini diaplikasikan dengan kardus bekas yang murah meriah mendekati sebagai contoh kardus ternyata tidak mengandung bahan-bahan kimia pemutih serta tekstur dan warna alami coklat krem sehingga untuk produk Mandiri *Craft* yang banyak produknya memiliki dimensi besar dan berat. Maka dari itu karduslah satu-satunya bahan yang bisa melindungi produk Mandiri *Craft* karena kardus kalau sudah dilem akan menjadi tambah kuat, untuk membuat kardus menarik maka dari itu dibuatkannya pola berbentuk karakter yang cocok untuk anak dengan ditempel kertas bermotif warna-warni dan berkarakter maka produk akan menarik, kuat, tapi juga mudah terurai oleh tanah setelah habis masa pakainya dan yang terpenting adalah laku.

Tantangan selanjutnya ialah masih minimnya sejumlah teori dan studi literatur dari dalam negeri tentang pengetahuan kemasan, akan tetapi pengetahuan itu juga dapat diambil melalui pengamatan selama tahap demi tahap perancangan.

D. KEPUSTAKAAN

Danger, EP. 1992. *Memilih Warna Kemasan*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.

Klimchuck Mariane Rosner dan Sandra A. Krasovec. 2006. *Desain Kemasan: Perencanaan Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.

Klimchuck Mariane Rosner dan Sandra A. Krasovec. 2008. *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2003. *Aura Merk*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana: Dasar-dasar Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.

Sri Julianti. 2014. *The Art Of Packaging*. Jakarta: Gramedia.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, (ed) 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cetakan ketiga. Jakarta: Depdikbud, Balai Pustaka.

Wirya, Iwan. 1999. *Kemasan Yang Menjual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.